

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA

JANILE SOARES DE OLIVEIRA

O MERCADO DE PRODUTOS FERMENTADOS ARTESANAIS: ESTUDO DE CASO DE
UMA CERVEJARIA E UMA CHARCUTARIA PIONEIRAS EM FLORIANÓPOLIS

Florianópolis

Novembro, 2019

JANILE SOARES DE OLIVEIRA

O MERCADO DE PRODUTOS FERMENTADOS ARTESANAIS: ESTUDO DE CASO DE
UMA CERVEJARIA E UMA CHARCUTARIA PIONEIRAS EM FLORIANÓPOLIS

Trabalho de Conclusão do
Curso apresentada a
Tecnologia em Gastronomia
do Florianópolis-Continente
do Instituto Federal de Santa
Catarina para a obtenção do
diploma de Gastrônoma.

Orientadora: Krischina Singer
Aplevicz

Florianópolis

Novembro, 2019

JANILE SOARES DE OLIVEIRA

O MERCADO DE PRODUTOS FERMENTADOS ARTESANAIS: ESTUDO DE CASO DE
UMA CERVEJARIA E UMA CHARCUTARIA PIONEIRAS EM FLORIANÓPOLIS

Este trabalho foi julgado adequado para obtenção do título de Gastrônoma, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, e aprovado na sua forma final pela comissão avaliadora abaixo indicada.

Florianópolis, 26 de novembro de 2019.

Prof. Krischina Singer Aplevicz, Dra
Orientadora
Instituto Federal de Santa Catarina

Prof. Wilton Carlos Cordeiro, Me.
Banca examinadora
Instituto Federal de Santa Catarina

Prof. Berenice Giehl Zanetti von Dentz, Dra.
Banca examinadora
Instituto Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Primeiramente quero agradecer à minha mãe Marlene (*in memoriam*) por toda a esperança, modo de ver a vida, de lidar com as dificuldades, a determinação e a alegria que foi passada para mim. Eu tento todos os dias ser essa filha “igual a você” que você sempre quis. Ao meu pai Carlos (*in memoriam*) por toda a vontade de continuar aprendendo, de fazer todas as coisas com zelo e principalmente por cozinhar com amor. Você me ajudou a construir toda minha essência de cozinheira e não tinha um dia dentro da faculdade que eu não lembrasse de você e dos seus vastos conhecimentos.

Às minhas irmãs-mães Janine e Janice por estarem comigo em todos os momentos desde rir das minhas pérolas até nos momentos de sermos fortes e seguirmos juntas. Vocês são exemplos de mulheres guerreiras e persistentes que eu admiro e sou uma pessoa melhor por causa de vocês!

Às minhas sobrinhas Valentina e Katarina, por mais que vocês não entendam ainda, vocês ajudaram com vídeos e caretas divertidas que me fizeram mais feliz. A tia do negocinho ama vocês!

À minha avó Ignez (*in memoriam*), que cozinhou como ninguém. Obrigada pelas tardes passadas na sua casa onde eu comia preparações deliciosas e podia aprender muito com você. Obrigada por deixar para mim a receita da “Querida Torta”.

Ao Lucas, meu companheiro de vida e melhor amigo, obrigada por me aturar nos momentos de desespero com a faculdade (rs), pelas palavras positivas, pelo cuidado, amor e carinho. E ao Márcio e a Ana Paula, por me acolherem na família nesse último ano.

À minha melhor amiga Karina, que está presente na minha vida desde o 9º ano do fundamental. Passamos por muitos momentos juntas, uns felizes outros nem tanto, mas o importante é que permanecemos com essa amizade linda que construímos.

Ao meu irmão de alma Antônio, obrigada por sempre se fazer presente e me colocar para cima. Obrigada por todos os papos juntos, pela parceria, pelas baladas e por me aceitar exatamente como eu sou. Nós somos para sempre.

À Rebeca, por passarmos juntas esses 3 anos tão importantes para nossas vidas. Obrigada pela parceria, miga, nas provas e nos ranços compartilhados (hehe).

Ao Clã, obrigada por existirem na minha vida, cada um do seu jeitinho ser muito especial para mim. Vocês participaram de uma fase nova na minha vida que foi chegar aqui. Compartilhamos momentos inesquecíveis juntos! Vou levar vocês para a vida.

À Família Carlos, que me acolheu de peito aberto, aceitando meus defeitos e exaltando as minhas qualidades. Vocês são a família que eu pude escolher e me sinto privilegiada por contar com vocês na minha vida. Aprendo muito com cada um de vocês.

Ao Bruno, obrigada por vibrar comigo a entrada na faculdade e continuar na minha vida por todo esse processo. Obrigada também pelos momentos juntos e por nossa parceria.

À Carla, minha psicóloga e amiga, obrigada por me ajudar a ser uma pessoa melhor!

À Irmandade, por serem essas mulheres fortes que me inspiram. Obrigada por serem esses exemplos de mulherões independentes e inteligentes. Vocês vão dominar o mundo.

À Jô e Patrícia, obrigada por serem família para mim!

À Laura, mais conhecida como Pompom, obrigada por me deixar fazer parte da sua vida. Você é como uma irmã para mim, tenho muito orgulho do mulherão que você se tornou.

Ao Ádan, pelas palavras positivas, pelas caronas de Voyage e pela companhia enquanto eu escrevia meu TCC.

À Equipe da Casa Origem, que me ensinaram tanto nesses últimos meses. Obrigada por compreenderem meus dias não tão bons e por me reconhecerem nos melhores.

Ao Ramon, obrigada pela companhia nas tardes de pastel, pela ajuda com tecnologia (desespero kk) e pelas folhas de bananeiras. Você é como um irmão pra mim!

Aos amigos que Floripa me trouxe, Carlos, Ramon, Juliana, Vinícios, Heloíza, Fernanda, Vinícios que estão presentes na minha vida seja em um rolê ou em uma palavra amiga.

À Lick e Zeus por me fazerem companhia e me alegrarem. Vocês são ótimos amigos até quando latiam e eu precisava de silêncio (rs).

À minha madrinha Helena, obrigada por estar sempre torcendo por mim!

À Simone e Nathalya, da Cozinha Saudável, por abrirem as portas para mim e além de serem minhas chefes terem se tornado minhas amigas. Vocês são muito especiais.

À secretária Sara do DACC do IFSC da Mauro Ramos, se não fosse por você eu não teria conseguido meus documentos em tempo para entrar na faculdade. Obrigada por tanto!

Aos proprietários da cervejaria e da charcutaria, sem vocês essa pesquisa não seria possível. Obrigada por cederem seu tempo e conhecimento.

À minha orientadora Krischiana, por toda a paciência e determinação.

Ao IFSC por participar da minha há 5 anos, desde meu Ensino Médio, aprendi não ser apenas Técnica de Edificações e Gastrônoma, aprendi a ser uma pessoa que questiona, pensa, milita e resiste! #TiraAMãoDoMeuIF

RESUMO

O mercado dos produtos artesanais fermentados está passando por transformações. Com uma história recente, vem chamando a atenção dos consumidores, que também estão em fases de mudanças, buscando aproximação com o produtor, questionando a origem dos alimentos e valorizando o processo artesanal. O presente trabalho tem como objetivo compreender os procedimentos e técnicas utilizados na produção da cerveja e do salame, buscar interpretar o motivo desses produtos artesanais estarem em alta na gastronomia brasileira e valorizar o processo de fermentação artesanal. A metodologia se caracterizou como pesquisa bibliográfica em primeiro momento, de caráter exploratório e a forma de abordagem escolhida foi qualitativa porque o processo é o foco principal. O método que se mostrou mais adequado foi estudo de caso, para isso, foi escolhido dois estabelecimentos pioneiros em Florianópolis: uma cervejaria e uma charcutaria. Foi feita uma entrevista com os proprietários, de 62 questões com perguntas abertas e fechadas sobre a produção, a história da empresa, relação com a legislação e opiniões sobre sustentabilidade. Os principais resultados, são que os produtores ainda têm que explicar o valor dos seus produtos para o consumidor, que o conceito de artesanal não está muito bem definido e que as pequenas empresas pagam altas taxas tributárias, dificultando seu sucesso no mercado.

Palavras-chave: fermentação; produto artesanal; cerveja artesanal; salame artesanal

ABSTRACT

The market for fermented craft products is undergoing transformations. With a recent history, it has been drawing the attention of consumers, who are also in the process of changing, seeking to get closer to the producer, questioning the origin of food and valuing the craft process. This paper aims to understand the procedures and techniques used in the production of beer and salami, seek to interpret the reason for these artisanal products, being in high Brazilian cuisine and enhance the process of artisanal fermentation. The methodology is characterized as bibliographic research at the first moment, exploratory and chosen as qualitative, because the process is the main focus. The most appropriate method was the case study. For this, two pioneers were chosen in Florianópolis: a brewery and a charcuterie. An interview with the candidates was made of 62 questions with open and closed questions about production, company history, relationship with legislation and opinions about sustainability. The main results, the ones that still produce, the value of their products to the consumer, the concept of craft is not very well defined and small companies pay high tax rates, making their success in the market difficult.

Keywords: fermentation; craft product; craft beer; handmade salami

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - PC sobre a escolha de Florianópolis	24
Quadro 2 - PS sobre a escolha de Florianópolis.....	24
Quadro 3 - PC sobre dificuldades em relação ao consumidor.....	26
Quadro 4 - PS sobre fornecedores	31
Quadro 5 - PC sobre qualidade do produto	32
Quadro 6 - PC sobre produto artesanal.....	32
Quadro 7 -: PS sobre produto artesanal	32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 REVISÃO DE LITERATURA	12
2.1 Produtos artesanais	12
2.2 Comportamento do consumidor: porque o aumento no interesse nos produtos artesanais?	14
2.3 Cerveja Artesanal	15
2.4 Salame Artesanal	18
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	22
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	24
4.1 Empresa	24
4.2 Produção	30
4.3 Legislação	34
4.4 Sustentabilidade	35
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
6 REFERÊNCIAS	39
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO PARA ESTABELECIMENTOS PIONEIROS NA PRODUÇÃO ARTESANAL DE PRODUTOS FERMENTADOS EM FLORIANÓPOLIS	44

1 INTRODUÇÃO

A fermentação faz parte da nossa história. Os alimentos fermentados são essenciais em diversas culturas, podendo remeter a tradição de um povo, além de ser uma forma de desfrutar dos excedentes dos alimentos conservados na presença da ecologia microbiana. Segundo, Katz (2014), na antiguidade, a fermentação ocorria sem que se entendesse ao certo o processo, era realizada a partir da observação dos fenômenos naturais e por tentativa e erro. De acordo com Rodrigues (2014) os estudos mais aprofundados sobre o tema iniciaram-se no fim da década de 1850 com o trabalho de Pasteur, que buscava comprovar a existência da ação de microorganismos vivos na fermentação.

Pesquisadores como Abreu e colaboradores (2011) registraram que ao longo da história da humanidade os povos foram estudando, desenvolvendo e aperfeiçoando técnicas de produção de alimentos. A história da alimentação caminha em paralelo com a história da humanidade e autores como Montanari (2008) argumentaram que o fato de o homem ser o único animal capaz de transformar o alimento por meio da cozinha ampliou sua capacidade de produzir combinações para melhorar o sabor dos alimentos e garantir a saúde do consumidor.

Ao longo dos anos, o consumidor tem apresentado mudanças de comportamento na sua relação com os alimentos. Beber e Menasche (2011) ressaltaram que a busca pela valorização do saber-fazer herdado da tradição cultural, o aproveitamento dos sabores dos alimentos, a importância da qualidade e o consumo de produtos locais são reivindicações dessas mudanças. Brito e Xavier (2016) acrescentaram que estas mudanças podem ser expressas através da aproximação do produtor com o consumidor e da cultura do processo de produção.

Os consumidores estão com um gosto cada vez mais refinado, selecionando o que vão consumir com mais cuidado e céticos em relação à propaganda e ao marketing tradicional. O aumento do nível de escolaridade médio da população e as diversas possibilidades de acesso à informação auxiliaram na formação desse consumidor. Estamos vivendo na era do consumidor consciente, que está mais interessado em buscar conhecimento acerca do que consome (SAMPAIO, 2003 apud. DELIBERALLI, 2015).

As mudanças de comportamento podem ser resultadas na busca por produtos artesanais, visto que para Brito e Xavier (2016, p. 4) “a caracterização de um produto artesanal leva em consideração uma diversidade de elementos, tais como a origem geográfica, os valores históricos de gerações, os costumes relacionados à produção e ao consumo, a

matéria prima, dentre outros. ”

A relação do homem com a alimentação e seus meios de produção constitui-se em campo amplo de investigação. Neste artigo, pretende-se compreender os procedimentos e técnicas utilizados na produção da cerveja e do salame em dois estabelecimentos pioneiros em Florianópolis. Além disso, objetiva-se, buscar interpretar o motivo desses produtos artesanais estarem em alta na gastronomia brasileira e valorizar o processo de fermentação artesanal.

Para isso, propõe-se uma breve revisão de literatura que abrange os temas do porquê de os consumidores retornarem a busca pelo artesanal, explicações sobre o que significa produto artesanal e história, dados brasileiros e atualizações na legislação expostos nos tópicos sobre cerveja e salame. Em seguida, apresenta-se a metodologia do estudo de caso realizado, bem como os resultados e as discussões elaborados a partir das entrevistas aos proprietários dos estabelecimentos escolhidos, e, por fim, as considerações finais acerca do assunto.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Produtos artesanais

Para Cruz e Schneider (2010) a industrialização dos alimentos se intensificou no Brasil a partir da década de 1980, com isso a percepção de qualidade vem sofrendo transformações. Antes desses processos, era comum a produção e processamento em pequena escala, visto que não havia tecnologia para grandes produções. Naquele contexto, o ambiente doméstico era o principal local da transformação da matéria prima em produto. Na sua maioria, eram feitos por agricultores e agricultoras, que garantiam maior diversidade de alimentos durante o ano todo.

As produções sofreram mudanças, a urbanização e a população estavam crescendo e era necessário garantir alimento para todos. Naquele momento, quantidade passava a ser o foco principal, e em nome dela, justificava-se qualquer mudança no sistema de produção dos alimentos, inclusive substituição de matérias-primas e uso de aditivos para tornar os alimentos mais duráveis e mais acessíveis. Para que isso ocorresse, as empresas, principalmente o setor agropecuário, precisaram adotar tecnologias capazes de aumentar a produtividade e garantir a distribuição dos gêneros alimentícios. (CRUZ; SCHNEIDER, 2010)

Da mesma forma Giehl Zanetti von Dentz (2018, p. 33) apontou que:

Os insumos e matérias-primas alimentares básicas passaram a sofrer alterações para atender aos interesses da indústria em termos de quantidade, praticidade e novas e inovadoras tecnologias.

Ainda nessa mesma linha, Cruz e Schneider (2010) evidenciaram que gradativamente, a qualidade passou a ser associada a grandes estruturas e a rigidez nos controles de higiene na produção tendo como base os modelos das grandes indústrias. Em contrapartida, conforme observou Giehl Zanetti von Dentz (2018, p. 46), os produtos artesanais “passaram a ser associados a uma produção com uso de pouca técnica ou tecnologia; produzidos através de práticas simples”, sendo associados equivocadamente a produtos onde não seria possível garantir a segurança alimentar para os consumidores.

Para certificar e controlar essa qualidade, adotaram-se sistemas e ferramentas de controle, padronização e rastreabilidade. Como por exemplo, a Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC) que se baseia:

Na identificação e no controle de perigos de natureza biológica, física ou química, relacionados com a saúde do consumidor, em pontos específicos no

fluxo de preparo dos alimentos (chamados de pontos críticos de controle), com o objetivo de evitá-los, eliminá-los ou reduzi-los a níveis seguros (APPCC, 2001)

Cruz e Schneider (2010) acrescentaram que conforme os produtos foram adquirindo maior vida de prateleira, devido às modificações na produção e a utilização de aditivos e conservantes, a produção passou a ser mais centralizada com uma distribuição realizada através de cadeias longas.

Nas duas últimas décadas, apesar de todo esse controle, ocorreram casos de contaminação de alimentos advindos dessa grande escala de produção industrial e o sistema começou a ser questionado pelos consumidores em debates sobre riscos alimentares propagando a desconfiança em relação ao modo de produção industrial em larga escala. (CRUZ; SCHNEIDER, 2010)

De acordo com Lucena (2019), acrescido dessa desconfiança às grandes produções, os movimentos de valorização de produtos naturais, produzidos de forma tradicional e local e a popularização de chefs renomados utilizando produtos artesanais e tradicionais como ingredientes exemplificam as mudanças nos hábitos alimentares da população que estabeleceu uma relação de confiança com o produto artesanal.

Em termos de legislações, a Lei 1.283/1950 que dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal foi alterada pela Lei 13.680/2018 e acrescida do artigo 10-A:

É permitida a comercialização interestadual de produtos alimentícios produzidos de forma artesanal, com características e métodos tradicionais ou regionais próprios, empregadas Boas Práticas Agropecuárias e de Fabricação, desde que submetidos à fiscalização de órgãos de Saúde Pública dos Estados e do Distrito Federal (BRASIL, 2018).

Ainda de acordo com a lei, esse produto será identificado em todo o território nacional como artesanal e contará com o selo ARTE. A inspeção e fiscalização tanto do estabelecimento como do produto serão executados conforme regulamento.

O decreto 9.918/2019 que regulamenta o artigo 10-A, dispõe dos seguintes requisitos para considerar um produto artesanal, dentre eles: as matérias-primas de origem animal devem ser beneficiadas no estabelecimento; as técnicas e os utensílios devem ser predominantemente manuais; o processo produtivo deve adotar boas práticas na fabricação de produtos artesanais para garantir segurança alimentar ao consumidor; é permitido a variabilidade sensorial entre os lotes, mas o mesmo deve manter as características culturais da região; o uso de ingredientes industrializados deve ser restrito ao mínimo necessário, vedada a

utilização de corantes, aromatizantes e outros aditivos considerados cosméticos e o processamento deve ser feito prioritariamente a partir de receita tradicional, que envolva técnicas e conhecimentos de domínio dos manipuladores (JUSBRASIL, 2019).

2.2 Comportamento do consumidor: porque o aumento no interesse nos produtos artesanais?

Conforme Souza, Menasche e Cerdan (2011) vivemos num contexto marcado por uma ansiedade contemporânea diante da alimentação. É possível observar no consumidor uma certa desconfiança em relação aos processos de produção de alimentos industrializados. Com isso, manifesta-se à busca por alimentos que os processos são naturalmente conhecidos pelos consumidores, são economicamente, socialmente e ambientalmente sustentáveis e consolidados em uma cultura e em um território. Zuin e Zuin (2007, p. 111) ressaltaram que essa busca dos consumidores pelos alimentos artesanais é “tanto por uma questão de saúde, como também, pela qualidade simbólica presente nesses alimentos, como tradição, origens e raízes” e acrescentam que o consumidor pode ainda se interessar por causa das “lembranças afetivas, pois também por meio dos alimentos as pessoas lembram situações, pessoas e eventos, buscando, às vezes, uma identidade perdida.” (p. 114).

Souza, Menasche e Cerdan (2011) afirmaram que a opção pelos alimentos padronizados para o consumo em escala planetária e sem identidade particular convivem ao mesmo tempo com a oferta de produtos que associam qualidade aos saberes e fazeres locais e demonstram uma preocupação com a biodiversidade e diversidade cultural. Exemplificando a relação, que tem sofrido transformações em escala mundial, entre alimentação e identidade cultural.

O comportamento é influenciado por diversos fatores, até mesmo por características pessoais como o conhecimento. Segundo a autora, o comportamento do consumidor está relacionado a fatores predisponentes, habilitantes e de consolidação. Os fatores predisponentes antecedem a decisão da compra, é qualificado por fundamento lógico, como por exemplo, crenças e valores. Os habilitantes podem ser definidos por acessibilidade e a disponibilidade, visto que representam as condições do ambiente que habilitam a motivação a ser praticada. E por fim, os de consolidação, que oferecem uma recompensa auxiliando para persistência e repetição (SOUZA, 2005).

Para Souza, Menasche e Cerdan (2011) às transformações no comportamento do consumidor “são fruto de movimentos sociais como o *Slow Food* ou de projetos de desenvolvimento e/ou de formulação de políticas públicas orientadas para a promoção de sustentabilidade de comunidades locais e territórios rurais” (p. 8).

Zuin e Zuin (2007) também discutiram o tema e explicaram que o *Slow Food* é um movimento criado na Europa na década de 1980 que planeja resgatar as heranças relacionadas

ao alimento e ao seu consumo. Respeitar o produtor, o meio ambiente e a cultura local nos processos do alimento e o prazer em se alimentar são heranças que, segundo os autores, o *Slow Food* busca preservar para que não sejam esquecidas.

De acordo com Guivant (2003), que pesquisou sobre o perfil dos consumidores que compram frutas, verduras e legumes orgânicos em supermercados, existem dois grupos distintos de consumidores: ego-trip e ecológico-trip. O primeiro grupo trata de pessoas que consomem orgânicos ocasionalmente e se preocupam principalmente com a saúde. Essa associação da qualidade do alimento com o cuidado com o corpo provém da mídia, da área da saúde e de familiares e amigos. Enquanto o segundo grupo, o ecológico-trip, representa uma procura de contato simbólico entre o consumidor e seu ambiente, nesse estilo de vida o indivíduo procura o consumo orgânico como parte de uma atitude assumida frente ao meio ambiente ou de responsabilidade social.

A partir dessa pesquisa pode-se pressupor que o mesmo ocorra com os consumidores de produtos artesanais: uma parte consome porque é um tema que tem sido bastante discutido e relacionado ao produto gourmet que remete à um certo requinte. Entretanto a outra parcela usufrui por questões ambientais e sociais, buscando saber a origem do produto e em quais situações ele foi processado.

2.3 Cerveja Artesanal

Segundo o Decreto nº 9.902 de 8 de julho de 2019, que regulamenta a Lei nº 8.918 de 14 de julho de 1994:

Cerveja é a bebida resultante da fermentação, a partir da levedura cervejeira, do mosto de cevada malteada ou de extrato de malte, submetido previamente a um processo de cocção adicionado de lúpulo ou extrato de lúpulo, hipótese em que uma parte da cevada malteada ou do extrato de malte poderá ser substituída parcialmente por adjunto cervejeiro. (BRASIL, 2019, p. 1)

A cerveja é feita a partir de quatro ingredientes: água, malte, lúpulo e levedura. A água fornece a leveza, a qualidade, e a confiabilidade do produto. É o ingrediente presente em maior quantidade na cerveja, deve ser cristalina e de fonte natural quando possível. O malte é o grão de cevada que passou pelo processo de malteação, processo que normalmente ocorre em maltarias. O processo de malteação consiste em embeber o grão em água, para que se inicie o processo de germinação, com a ativação do metabolismo da semente. Após, um determinado tempo de molho, o grão completa a germinação aérea, com temperatura, iluminação e umidade controladas e então, é feita a secagem (MATOS, 2011).

Matos (2011) complementou que na produção da cerveja utilizam-se apenas as flores femininas do lúpulo (*Humulus lupulus*), que contêm a substância lupulina que quando fecundadas são responsáveis pelo aroma e pelo sabor amargo/refrescante. Além disso, o lúpulo apresenta propriedades medicinais. Por fim, para que ocorra a fermentação utiliza-se as leveduras. Nesse processo, os açúcares presentes no mosto cervejeiro, que é o malte acrescido de água, se transformam em álcool etílico (etanol) e gás carbônico (CO₂). Rosa e Afonso (2015) afirmaram que existem dois tipos de fermentação, que geram consequentemente duas famílias cervejeiras diferentes. Nas cervejas de alta fermentação (*ale*) *Saccharomyces cerevisiae*. E nas cervejas de baixa fermentação (*lager*) são utilizadas as leveduras *Saccharomyces uvarum*.

Conforme o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja, a região da Mesopotâmia pode ter sido o local onde se originou a cerveja. Ao longo dos rios Tigres e Eufrates a humanidade começou a implementar a agricultura e acredita-se que os cereais expostos às chuvas podem ter sido fermentados consequentemente gerando álcool. Os sumérios se interessaram pelo resultado e até estabeleceram processos para criar o malte. Um poema escrito por eles datado de 3.900 anos atrás é considerado a mais antiga receita que chegou até nós.

No Egito, a cerveja fazia parte do cotidiano de todos os habitantes independente da sua classe social. Até mesmo preenchia os jarros que os faraós levavam ao túmulo para desfrutar da felicidade eterna. Já na Idade Média, a ideia do uso do lúpulo na cerveja é atribuída a Hildegard von Bingen, monja beneditina, que viveu onde hoje é o território da Alemanha.

Silva, Leite e De Paula (2016), com base em Morado (2011) afirmaram que na Idade Média, eram as mulheres que produziam a cerveja, nas suas próprias casas. Era servida, até mesmo no desjejum, para todos da família. Em comparação com o vinho, a cerveja era mais barata, ou seja, era mais acessível para a população menos afortunada.

O primeiro regulamento sobre o processo de fabricação da cerveja que se tem conhecimento, foi assinado na Baviera, em 1516 pelo Duque Guilherme IV. Ele decretou a “Lei da Pureza” (*Reinheitsgebot*) que determinava os ingredientes que poderiam ser utilizados na fabricação da cerveja: malte de cevada, lúpulo e água. Nessa época, ainda era desconhecida a importância da levedura para a fabricação da cerveja (OETTERER, REGITANO-D’ARCE, SPOTO, 2006).

De acordo com Santos (2004) é provável que a cerveja tenha chegado no Brasil com a colonização holandesa no século XVII, todavia com a expulsão dos mesmos pelos

portugueses, a bebida só teria retornado ao país em 1808 com a família real portuguesa. E em 1836 tem-se a primeira notícia sobre a produção de cerveja no Brasil, publicada no Jornal do Comércio, Rio de Janeiro.

Santos (2004) registrou ainda que a produção da cerveja diminuiu consideravelmente na Primeira Guerra Mundial (1914-1918), pois não era possível obter malte e lúpulo, originados da Alemanha e Áustria. Com a dificuldade de se encontrar matéria prima no Brasil, como alternativa, os cervejeiros usavam milho, arroz e trigo diminuindo assim a qualidade do produto. O controle da fermentação era precário, fazendo com que houvesse uma grande variação de pressão. As rolhas eram, portanto, presas com barbante.

O autor relatou que eram observados avanços na produção de cerveja brasileira, porém a dificuldade de obter as matérias primas permanecia e além do mais o clima tropical dificultava o controle da fermentação. Para auxiliar na resolução desse problema foi importado gelo natural dos Estados Unidos. Em 1880, no Rio de Janeiro, foram introduzidas máquinas frigoríficas constituindo um ambiente refrigerado, o que propiciou a produção de cervejas de baixa fermentação como a Bavária e a Boêmia. Oetterer, Regitano-D'Arce e Spoto (2006) complementaram que não demorou para grandes empresas iniciarem seus negócios, em 1888 a Brahma Villigier foi fundada e logo depois a Antarctica Paulista em 1891.

O século XX foi marcado pelo crescimento da Brahma e da Antarctica. A cada ano que se passava, o aumento da produção, a criação de novas fábricas e a exportação para outros países era representativo para o mercado. As duas empresas atuaram em concorrência, até que em 1999 anunciaram sua fusão, formando a AMBEV (Companhia de Bebidas das Américas). Da mesma forma que as grandes empresas aumentavam sua produção, o mercado de microcervejarias artesanais se desenvolvia (COUTINHO, s.d.).

A AMBEV não parou seu crescimento, em 2004 ocorreu uma nova fusão com a cervejaria belga *Interbrew* formando um dos maiores grupos cervejeiros do mundo: INBEV. E o fenômeno da expansão das microcervejarias artesanais continuava. Desde a década de 80, o Brasil vem sediando diversas empresas no ramo (COUTINHO; CERVEJAS DO MUNDO).

De acordo com o Müller e Marcusso (2018) existe um crescimento exponencial na quantidade de cervejarias no Brasil. Esse processo foi iniciado em meados de 2010 e desde então mantém o ritmo de avanço. Os autores enfatizam, que os números afirmam o que já tinha sido observado nos anos anteriores: o mercado cervejeiro no país está se consolidando.

Ainda conforme Müller e Marcusso (2018) é importante ressaltar que apenas os

estabelecimentos registrados podem registrar produtos, conseqüentemente as cervejarias ciganas não são contabilizadas nesse crescimento, já que são empresas legais que terceirizam sua produção. Além disso, como não existe definição legal para cervejaria artesanal e para microcervejaria, os dados não distinguem o porte das empresas e nem as características dos seus métodos produtivos. Porém é evidente que esse crescimento está relacionado com a busca do consumidor aos produtos artesanais.

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2019) quanto aos estabelecimentos, 2018 teve 210 novas fábricas. Com esses números temos marca de, aproximadamente, a cada dois dias uma cervejaria abria as portas no Brasil. Ao final de 2018 o número total chegou a 889 cervejarias.

Em um contexto estadual, de acordo com Müller e Marcusso (2018), Santa Catarina é o 4º estado com mais cervejarias do Brasil, ficando atrás apenas do Rio Grande do Sul, São Paulo e Minas Gerais respectivamente.

No campo legislativo, a Lei Estadual nº 16.880 de 18 de janeiro de 2016 é uma forma de Santa Catarina estimular o mercado cervejeiro. A lei dispõe sobre a criação da Rota das Cervejas. Além disso, fomenta a produção artesanal das microcervejarias, micromaltarias, produtores de insumos e equipamentos cervejeiros e produtores caseiros. Promove eventos, desenvolve o turismo e gera renda (LEIS ESTADUAIS, 2016).

Situado no espaço da pesquisa, em Florianópolis, recentemente foi aprovada a Lei Municipal nº 10.578 de 29 de julho de 2019 que institui um Programa de Incentivo ao Desenvolvimento da Produção de Cerveja em Pequena Escala e Baixo Impacto Ambiental. A lei reconhece como nanocervejaria aquela que não ultrapassa 30 mil litros de cerveja por ano e o cervejeiro caseiro até 14.400 litros anuais. Ademais, estimula produções sustentáveis e que respeitam os valores culturais de Florianópolis. A lei permite que a cerveja, devidamente regularizada, possa ser comercializada em eventos autorizados pela Prefeitura Municipal (LEIS MUNICIPAIS, 2019).

2.4 Salame Artesanal

Segundo a Instrução Normativa nº 22 de 31 de julho de 2000 entende-se por salame:

O produto cárneo industrializado obtido de carne suína ou suína e bovina, adicionado de toucinho, ingredientes, embutido em envoltórios naturais e/ou artificiais, curado, fermentado, maturado, defumado ou não e dessecado. Sendo a presença de "mofos" característicos, considerada consequência natural do seu processo tecnológico de fabricação (BRASIL, 2000.)

Biasi (2010) de acordo com Terra (1998), afirmou que a carne, devido ao seu elevado valor nutricional, torna-se altamente sensível ao desenvolvimento de microrganismos que conduzem à sua deterioração. Além disso, a sua elevada quantidade de água livre e o favorável pH facilitam um crescimento considerável para esses microrganismos. Os procedimentos tradicionais para preservação da carne são a secagem, salga e fermentação.

Seguindo nessa linha, Mendes et al. (2017) baseados em Shimokomaki (2006) acreditam que nossos antepassados desconheciam os microrganismos, mas sabiam que os alimentos, se não consumidos rapidamente se deterioravam. Observaram que moer a carne e temperá-la diminuía consideravelmente as chances de perder o alimento. Dessa maneira, desenvolveram essa forma de conservação, surgindo assim os embutidos, há 1500 A.C. Os microrganismos que atuam nesse processo produzem de forma lenta um produto fermentado de qualidade muito irregular.

Magro e Klein (2006) acrescentaram que a quantidade e tipos de microrganismos que podem se desenvolver na carne dependem, principalmente, das condições de higiene do local de abate do animal, dos manipuladores, dos utensílios e das condições de processamento do produto. Produtos cárneos como salame e linguiças estão, frequentemente, associados a algum tipo de enfermidade transmitida por alimentos. A contaminação desses produtos pode ocorrer de diversas maneiras, incluindo desde a utilização de matérias-primas já contaminadas até a manipulação inadequada antecedente ao consumo.

Dado o exposto, Sawitzki (2007) citando Coretti (1986) complementou que a carne deve ser de animais saudáveis e os embutidos crus deverão ser preparados com carne maturada e acidificados, com pH em torno de 5,4 a 5,8. Além disso, Martins (2006) afirmou que as carnes dos animais mais velhos, tem uma coloração mais acentuada, sendo mais adequado para a produção de salames. Visto que a carne dos mais jovens apresenta uma coloração mais clara comprometendo a aparência do produto acabado.

A fermentação é considerada a etapa mais importante do processamento do salame. Durante a fermentação, ocorre produção de ácido láctico e conseqüentemente diminuição do pH do produto, o que influencia diretamente no sabor do produto final e contribui também para o desenvolvimento da textura e conservação do mesmo (TERRA, 1998 apud TEIXEIRA, 2013).

De acordo com Sawitzki (2007) a moagem ou trituração da carne é uma etapa do processamento dos embutidos que merece um cuidado, pois é o momento que é oportunizada maior superfície de contato da carne com o ambiente. Possibilita que as bactérias que se

encontram na superfície externa da carne se distribuíam por todo o produto. Ou seja, tudo que envolve essa etapa deve ser corretamente higienizado, como por exemplo, os equipamentos, os condimentos e os invólucros. Dessa forma, se oferece um risco menor de contaminação com microrganismos indesejáveis.

Para certificar a segurança alimentar na produção, é comum o uso de sal de cura na produção de alimentos curados. É caracterizado como um aditivo e sua principal função é a preservação ao inibir a contaminação por bactérias e fungos. Um dos grandes motivos para sua utilização é a supressão da proliferação da bactéria *clostridium botulinum*, que contamina o alimento com a toxina botulínica. Além da preservação o sal de cura ainda age como antioxidante e agregador de sabor e coloração específicos de alimentos que fazem uso deste aditivo (CHARCUTARIA, 2015).

De acordo com Schulze (2017) nos salames, o indicado seria o sal de cura tipo 2 sugerido para curas longas, assim como na copa e no presunto cru. Contém nitrito de sódio, nitrato de sódio e sal de cozinha (cloreto de sódio). A Consulta Pública nº 363, de 05 de julho de 2017 regulamentou em anexo que a ANVISA limita um máximo de 0,015g de nitrito de sódio residual para cada 100g ou ml de produto (carne) ou solução (salmoura) (ANVISA, 2017).

Biasi (2010) citando Vandendriessche (2008) achou importante ressaltar os três diferentes períodos, complementares e consecutivos na história dos produtos cárneos, em termos de realizações e oportunidades: a qualidade, período que iniciou cerca de 15 anos atrás com a introdução das ISOs (Sistema de Padronização da Qualidade); a segurança alimentar, período que iniciou com a introdução da Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC); e a nutrição e saúde, período que estava apenas começando em há cerca de uma década.

O Brasil é um importante produtor de carne. Com uma projeção de aproximadamente 10 mil toneladas de carne bovina, 14 mil toneladas de carne de frango e 4 mil toneladas de carne suína para este ano de 2019, se encontra em 2º lugar no ranking mundial estando apenas atrás dos Estados Unidos (MAPA, 2017; FORMIGONI, 2019).

Dado o exposto Sawitzki (2007) deduziu que a produção de carnes é uma atividade de interesse econômico e geradora de divisas para o país. Neste cenário, a região Sul do Brasil apresenta significativo destaque, pois tem como um dos elementos substanciais de desenvolvimento a produção de carnes tanto in natura quanto industrializada. O motivo para a região Sul se diferenciar se origina dos imigrantes italianos e alemães que colonizaram o local

perpetuando até hoje essa vocação. Biasi (2010) baseada em Terra (2004) complementou que a produção de salame no Brasil tem a possibilidade de ter se iniciado no sul do país devido às colonizações citadas por Sawitzki (2007). E ressaltou ainda, que nessa região os imigrantes encontraram como aliado um clima propício para a produção caseira que, com o passar do tempo, deu origem às pequenas fábricas.

De acordo com Cirolini et al. (2010) fundamentada em Terra (2003), a produção do salame no Brasil resulta da importação das culturas starters. Promovendo além do desequilíbrio na balança comercial, um esquecimento do sabor genuinamente brasileiro. De forma contrária, Hierro, Hoz e Ordóñez citados por Sawitzki (2007) ressaltaram que na produção artesanal a microbiota que realiza a fermentação e a maturação, está inteiramente constituída no ambiente e nos equipamentos usados na produção do salame.

Seguindo esses estudos, Cirolini et al. (2010) baseada nos estudos de Greco et al., (2005) e Moretti et al., (2004) evidenciaram que salames artesanais apresentam melhores características sensoriais que salames industriais, devido à composição e atividade metabólica da microflora local.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a realização desse artigo, fez-se necessário primeiramente uma pesquisa bibliográfica acerca do assunto para delimitação do espaço, construção dos objetivos e busca do problema. A pesquisa bibliográfica foi feita principalmente em artigos, livros, monografias e teses. Segundo Marconi e Lakatos (2003) a pesquisa bibliográfica tem como objetivo colocar o pesquisador em contato direto com tudo que diz respeito a determinado assunto.

Quanto ao objetivo a pesquisa se caracteriza por ter caráter exploratório. Conforme esclarece (GIL, 2008 p. 27):

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

A forma de abordagem da pesquisa é configurada como qualitativa, pois não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas o processo é o foco principal (FREITAS; PRODANOV, 2013).

A pesquisa se manteve delimitada em dois estabelecimentos: uma cervejaria e uma charcutaria. No momento da pesquisa bibliográfica, foi encontrado que as duas empresas estavam localizadas na Ilha de Santa Catarina, porém ao entrar em contato com a cervejaria, soube-se que a mesma teve que mudar sua produção para Barreiros, bairro localizado no município de São José. A cervejaria e a charcutaria foram escolhidas por trabalharem com produtos fermentados artesanais e por serem pioneiras em seus respectivos ramos.

Considerou-se o método de pesquisa sendo estudo de caso, pois de acordo com Gil (2002, p. 54) “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.

Para coleta de dados a entrevista in loco demonstrou ser a melhor opção. Foi feita de forma semi-estruturada combinando perguntas abertas e fechadas. Dessa forma, o entrevistado teria mais liberdade de falar sobre o tema, ao mesmo tempo que o entrevistador teria um roteiro como base para que a entrevista atendesse aos objetivos da pesquisa (BONI E QUARESMA, 2005).

Primeiramente foi efetuada a entrevista na cervejaria no dia 15 de outubro de 2019, por motivos de disponibilidade do proprietário. A entrevista, que durou em torno de 1h30min, foi gravada pelo celular e depois transcrita para o questionário. Foi possível visitar a sala de produção onde havia cervejas na fase de maturação acrescentando conhecimento para a

pesquisa.

A entrevista na charcutaria ocorreu no dia 17 de outubro de 2019 também por motivos de disponibilidade do proprietário. A entrevista durou aproximadamente 30 minutos e como o entrevistado optou por não ser gravado, a entrevistadora anotou as respostas em tempo real. No dia da visita, não estava sendo realizada a produção do salame, os mesmos estavam na fase de maturação.

O questionário foi dividido em cinco tópicos: proprietário, empresa, produção, legislação e sustentabilidade, respectivamente. A parte destinada às informações referente ao proprietário era apenas para identificação do mesmo, localização da empresa, contato e uma pergunta sobre função na empresa. O tópico relacionado à empresa foi composto por 16 questões para compreender o local como um todo. A etapa da produção consistia em 32 perguntas, que contemplavam desde funcionários a processos de fabricação, por um dos objetivos do trabalho ser compreender os procedimentos e técnicas utilizados na produção, como foi dito na introdução, essa etapa do questionário era mais extensa. Foram elaboradas 12 questões acerca do tema sobre legislação e, por fim, havia duas perguntas sobre sustentabilidade. Totalizando 62 questões, que estão expostas como anexo no fim do artigo.

Serão utilizadas as siglas PC (produtor de cerveja) e PS (produtor de salame) para se referenciar a cada produtor, facilitando a escrita e a leitura do texto.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nessa seção serão apresentadas as respostas mais relevantes das entrevistas que foram realizadas com os proprietários da cervejaria e da charcutaria. Por mais que sejam produtos diferentes, esses estabelecimentos têm em comum a produção artesanal de fermentados e ideologias semelhantes.

Os tópicos expostos a seguir foram divididos quase da mesma forma que foi planejada a entrevista, a única diferença é que o tópico “proprietário” estará incluso em “produção” porque proporciona ao leitor um melhor entendimento acerca do assunto. Logo, os tópicos serão: empresa, produção, legislação e sustentabilidade.

4.1 Empresa

A cervejaria e a charcutaria iniciaram no mercado com uma diferença considerável nos anos: a cervejaria em 1999 e a charcutaria em 2017. Apesar disso, ambas são igualmente pioneiras no ramo da forma como produzem. Os dois proprietários são nascidos em outros estados, PC do Rio Grande do Sul e PS de São Paulo. Foi questionado porque escolheram Florianópolis para sediar suas empresas, PC respondeu (quadro 1) que se baseou na ideia que trouxe da Alemanha. Como exemplo, comentou o caso de Düsseldorf, cidade alemã, único lugar onde é fabricada a típica *Altbier*.

Quadro 1 - PC sobre a escolha de Florianópolis

PC: “Verão...turismo...é uma cidade chave para começar um projeto que a gente trouxe da Alemanha, a ideia. [...] A gente teve essa pretensão, essa ideia de marketing na época de quem quisesse tomar um Chopp Ilhéu, uma cerveja da ilha, vai ter que vim na ilha, tudo a ver Florianópolis, já estava em ascensão aquela questão toda do turismo que tem hoje.”

A resposta de PS também contemplou o turismo da cidade, como apresentado no quadro 2.

Quadro 2 - PS sobre a escolha de Florianópolis

PS: “Florianópolis pareceu interessante por ter uma área rural localizada perto do centro urbano e além disso ter praias. Achei que seria bom para a empresa.

É possível observar que os dois produtores alegam ter escolhido Florianópolis devido ao seu potencial turístico. Ouriques (1996) relatou que o fenômeno turístico na cidade adquiriu relevância a partir da década de 1980. O que remeteu a uma série de modificações estruturais para promovê-lo e o consolidou como atividade econômica. Já em 1996, o autor apontava o norte da Ilha de Santa Catarina como um novo foco de expansão urbana ligada ao turismo e ao lazer. Além disso, um guia confeccionado pela editora “Letras Brasileiras”, intitulado “Florianópolis: passaporte turístico” acrescentou uma descrição da cidade:

Bonita por natureza, Florianópolis tem conseguido combinar seu desenvolvimento com a preservação do meio ambiente e do patrimônio cultural. É cidade moderna, com infra-estrutura urbana eficiente e vocação para os negócios, com destaque para o turismo (BRASIL, p.5, 2011).

Além dos autores e dos produtores constarem Florianópolis como uma cidade turística, dados de uma pesquisa da revista Viagem & Turismo da editora Abril mostraram o estado de Santa Catarina vencendo o título de “Melhor estado para viajar no Brasil” pela 11ª vez, em 2018. E Florianópolis foi escolhida pelos viajantes como “Melhor cidade” e “Melhor destino de praia” do país (SANTA CATARINA, 2018). É evidente a importância econômica do turismo para a cidade, até por isso o câmpus do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) Florianópolis-Continente tem como foco os cursos voltados para o setor de turismo e hospitalidade que conforme o site do instituto afirma ser a vocação econômica da cidade. Inclusive em 2018, foi implantado o curso superior de tecnologia em Gestão do Turismo, o primeiro curso de instituição pública federal em Santa Catarina na área. Fazendo com que o câmpus integrasse o Conselho Municipal de Turismo (Contur).

A cervejaria está localizada em Barreiros, São José, desde 2017, em um galpão onde ocorre a produção e saída para delivery, o espaço é compartilhado com outra cervejaria parceira. Antigamente a produção era em Florianópolis, porém mudou de endereço em função de restrições da cidade que serão explicitadas na seção 4.3. A charcutaria está localizada em um bairro no norte da ilha, coincidentemente o mesmo bairro da antiga fábrica da cervejaria. O local é composto por containers de produção da charcutaria, oito chalés para os clientes se hospedarem, uma horta onde são plantados insumos utilizados na produção, que os hóspedes também podem desfrutar e uma cozinha onde são produzidos pães, geleias e conservas.

Quando questionados sobre a existência de associações onde a cerveja e o salame se

encaixavam a resposta foi negativa da parte dos dois produtores. Porém PC complementou com sua trajetória no ramo das associações. Ele e demais colegas, apreciadores de cerveja artesanal, realizavam encontros que culminaram com a formação da Associação de Incentivo a Cultura de Cervejas Artesanais e Especiais (AICCA), em 2006. Mais tarde, em 2008, a AICCA passou a ser denominada a Associação dos Cervejeiros Artesanais de Santa Catarina (ACERVA Catarinense) e continua em atividade, a proposta foi baseada na ACERVA Carioca, fundada em 2006. A primeira reunião da associação catarinense foi na fábrica de PC, na Ilha de Santa Catarina. E PS contou que não buscou auxílio de nenhuma associação.

Em relação às dificuldades de atingir o consumidor final, PC ressaltou que no início era um grande desafio, pois a cerveja artesanal não era conhecida no Brasil. Relatou que quando oferecia seu produto para as pessoas, que estavam acostumadas às cervejas límpidas e claras das grandes indústrias, encontrava uma certa desconfiança com relação à cerveja que não era filtrada, tinha uma coloração mais escura e um sabor mais acentuado (quadro 3).

Quadro 3 - PC sobre dificuldades em relação ao consumidor

PC: “Paladar se educa, cerveja é a mesma coisa. Felizmente ou infelizmente por sermos os primeiros pegamos essa missão de ensinar o povo a beber”

Conforme exposto no tópico 2.3, em 1999 o mercado não era favorável à cerveja artesanal. No mesmo ano, surgia a grande empresa da AMBEV que é responsável por uma parcela considerável do mercado cervejeiro. Logo, era esperado que o consumidor apresentasse uma sensibilidade no paladar quando bebesse uma cerveja artesanal.

PC acrescentou que essa dificuldade ainda não foi solucionada. Por mais que seja visível o aumento do consumo de cerveja artesanal, e conseqüentemente as pessoas busquem mais o produto, é um trabalho diário explicar o seu valor. Da mesma forma, PS define a valorização do seu produto como uma dificuldade em alcançar o consumidor. PS explicou que a apresentação para o público de todo o processo da charcutaria artesanal é uma prática constante e necessária para que o consumidor possa entender melhor o produto.

Essas respostas estão de acordo com o que foi apresentado por Souza, Menasche e Cerdan em 2011 (conforme exposto na seção 2.2) onde foi discutida as questões acerca do porquê o consumidor aumentou seu interesse em produtos artesanais. É possível visualizar um

contexto em que o mesmo começou a questionar a origem dos alimentos que consome e buscou entender seus processos no início do século XXI.

Pode-se considerar recente o movimento do consumidor consciente como denominou Sampaio (2003) sendo pertinente recordar a data da abertura da cervejaria em 1999 que possivelmente enfrentou uma maior resistência da parte dos consumidores pelo cenário que se encontrava. Em relação a charcutaria, que iniciou no mercado com quase duas décadas de diferença da cervejaria, a resistência é consideravelmente em menor escala, porém existe. Conforme evidenciado no relato dos produtores, atualmente ainda é necessário reafirmar o valor dos seus produtos, ou seja, o produto artesanal ainda tem um caminho pela frente para se firmar como produto de alto valor agregado para a população.

Os valores pessoais definem o perfil dos consumidores e moldam suas percepções e expectativas relativas aos atributos e característica dos produtos e serviços que concorrem no mercado e que disputam sua preferência. Ao comparar as ofertas, cada consumidor tem uma ordem de prioridade estabelecida por ele de maneira objetiva e subjetiva. Ele avalia a qualidade e a utilidade mediante a análise de um conjunto de fatores, entre eles os funcionais, emocionais e de apelo social pelo produto ou serviço (TOLEDO, 2018).

Isto posto, a discussão a respeito da “valorização do produto artesanal” remete a valores pessoais mais complexos. O indivíduo escolhe, dentre as ofertas, aquele que apresenta maior valor para si dentro dos seus limites. Kotler (2000, p.33) define valor como “a razão entre o que o cliente recebe e o que ele dá. O cliente recebe benefícios e assume custos. Os benefícios incluem benefícios funcionais e emocionais. Os custos incluem custos monetários, de tempo, de energia e psicológicos.”

Em síntese os custos são minimizados pela quantidade e qualidade dos benefícios que o consumidor acredita ter naquele produto ou serviço. Logo, é essencial que os consumidores conheçam os produtos artesanais, até porque quanto mais o indivíduo é apresentado a algo, mais familiarizado ele fica. Supõe-se que este seja um dos motivos que justifique a necessidade de os produtores explicarem o valor dos seus produtos. É um processo emocional que demanda tempo e persistência, já que a população estava - e ainda está - acostumada aos produtos das grandes empresas.

Além disso, como os consumidores ainda estão em processo de definir os benefícios dos produtos artesanais, os custos aparentam ser excessivos. Comparando com os preços das grandes empresas, o artesanal acarreta num preço final maior. Isso se dá ao respeito pelo produto, sem a utilização de melhoradores e aceleradores nos seus processos, que na sua

maioria são manuais, utilização de ingredientes de boa qualidade e alta carga tributária pagas pelas pequenas empresas do Brasil.

Segundo o jornal Gazeta do Povo (2018) baseado em uma pesquisa feita pela Sage, multinacional britânica de softwares de gestão, em parceria com a Plume Consulting quanto menor a empresa, no Brasil, mais imposto é pago proporcionalmente. De acordo com o relatório, as microempresas, com até cinco funcionários, pagam cerca de 65% de seu faturamento em impostos. As pequenas (cinco a 19 funcionários) pagam 42%, e as médias (20 a 199), 30%. Entre os 11 países analisados, a situação das microempresas no Brasil está mais agravada, tendo 10 pontos de diferença para a Espanha, segunda colocada. Especialistas acreditam que um dos motivos para esse desequilíbrio seja a complexidade do sistema tributário brasileiro e a falta de atualização às novas realidades, visto que o Código Tributário é de 1966, e essa conjuntura gera dúvidas em muitos empresários.

Sobre os produtos, a cervejaria trabalha com cervejas do tipo *gold*, *weizen*, *bock* e *pale ale* e chopp pilsen, disponíveis para a venda em alguns restaurantes e, recentemente, em um bar exclusivo na Ilha de Santa Catarina, aberto em parceria com outro produtor, com o qual PC divide o espaço de produção. A ideia é expandir o bar em forma de franquias, que já estão em processo de serem efetuadas em outras cidades. PC afirmou que 80% das vendas estão direcionadas ao *delivery*, principalmente do chopp pilsen.

Enquanto que na charcutaria existe uma gama maior de produtos, tendo produtos de charcutaria bovina, suína, de aves (pato, marreco), de frutos do mar e também com produtos como pães, geleias e conservas. PS comercializa seus produtos em loja própria e em alguns outros pontos comerciais de parceiros localizados na Ilha de Santa Catarina. Além disso, assim como a cervejaria, está se estruturando para ampliar sua operação para outras cidades. Como semelhança, os dois proprietários compactuam da escolha de não vender seus produtos em grandes mercados, por questões de valorização do produto e estratégia de marketing.

A respeito dos serviços oferecidos pela cervejaria, além da venda de produtos de fabricação própria, soma-se a participação em diversos eventos, muitos em conjunto com outras cervejarias artesanais. Na charcutaria são vendidos os produtos de fabricação própria e de outras empresas, como queijos, vinhos e cervejas. As cervejas e os vinhos são de fornecedores próximos, sendo as cervejas artesanais de Santa Catarina e os vinhos tanto brasileiros quanto de países da América Latina. São oferecidos cursos e workshops e também trabalham com eventos.

Um ponto que chamou atenção na resposta de PS, foi o relato que a charcutaria realiza

semanalmente experiências gastronômicas, nas quais um grupo de 6 a 12 pessoas pode desfrutar da hospedagem no local onde é feita a produção, com objetivo de aproximar o consumidor do produtor. A programação inclui poder usufruir de alimentos da horta, cursos, degustações e a possibilidade da compra dos produtos.

Essa estratégia encontrada por PS de envolver o consumidor na produção é um ótimo exemplo de entregar valor ao cliente, como Kotler (2000) afirmou ser importante. Com toda a movimentação da cidade, sair um pouco desse cenário e desfrutar de uns dias em um ambiente mais tranquilo e com uma maior aproximação com a natureza gera um apelo social e ambiental no produto. Os benefícios inclusos nesse processo são de extrema importância, desde a confiança que se estabelece com o produtor, já que é possível visualizar de perto a produção, aproximação com a natureza - realidade de poucos atualmente - e alimentação saudável, pois é colhido as verduras e hortaliças da horta que não utiliza nenhum tipo de agrotóxico. Portanto, PS consegue atender as expectativas do consumidor, que como apresentado neste trabalho está buscando uma relação mais sólida com o alimento, satisfazendo o cliente e conseqüentemente, gerando valor ao seu produto.

Em relação aos concorrentes, PC não identifica necessariamente as outras cervejarias artesanais dessa forma, pelo respeito entre os mestres cervejeiros. Reconhece que o mercado cresce em conjunto como, por exemplo, quando realizam importações coletivas. Inclusive, ele observou que as vendas não caíram, mesmo hoje em dia com tantas outras opções, segundo o produtor isso se deve ao público consumidor consolidado. Ademais, PC não classifica as grandes empresas como concorrentes, porque pensa que não tem como fazer comparações pelo porte das empresas e diferenças de método de produção.

PS tem uma visão diferente nesse ponto, pois reconhece como concorrentes desde pessoas que fazem charcutaria nas suas próprias casas até as empresas grandes do ramo.

Quando questionado sobre as perspectivas para o futuro da empresa, PC declarou que vários projetos foram encerrados devido aos problemas com legislação. Um dos projetos para o futuro é sair de Barreiros e ir para Antônio Carlos em um lugar com mais espaço. PS se referiu a terminar o sistema de controle dos produtos e buscar uma nova certificação. Complementou que desenvolvimento de produtos e expansão de mercado são tarefas incorporadas à sua rotina.

4.2 Produção

O próprio PC atua na produção das cervejas, seus dois filhos são responsáveis pela logística e distribuição e o proprietário da empresa parceira é encarregado do trabalho administrativo. No início da cervejaria, PC relatou que fazia todas as funções desde mestre cervejeiro à entregador. Do mesmo modo, PS exercia diversas funções na empresa, porém hoje em dia está focado na administração, estratégias, mercado e desenvolvimento. Na produção da charcutaria atuam dois funcionários e mais dois na cozinha, na produção de pães, geleias e conservas.

Com o objetivo de delimitar as perguntas seguintes no roteiro da entrevista foi questionado qual o produto era mais vendido em cada empresa. No caso da cervejaria, PS respondeu que é o chopp pilsen que custa R\$ 12,00 o litro e garante uma venda média de 20 mil litros por mês. Na charcutaria PS afirmou que não poderia responder com precisão o número de unidades vendidas de cada produto, pois o sistema de quantificação ainda está em desenvolvimento. Entre os salames, objeto de estudo da pesquisa na charcutaria, um que tem se sobressaído nas vendas é o salame de pato, custando R\$ 177, 00 o quilograma.

Em relação a como o produtor aprendeu as técnicas e os processos do produto em questão, PC narrou que surgiu a oportunidade de fazer um curso para funcionários da Brahma e da Antártica, na Alemanha para se tornar um mestre cervejeiro. E quando questionado, PS relatou que iniciou como um hobby e testava na sua própria casa. Ademais os estudos por conta própria e a visitação às produções de até mesmo em outros países da Europa, formaram o conhecimento que ele tem sobre charcutaria. Afirmando ainda que a profissão de engenheiro sanitário auxiliou nesse processo de entender a parte química e física. Comparando a narração dos dois produtores, pôde-se observar uma semelhança com os estudos fora do Brasil, tanto a cerveja como o salame, têm uma história mais antiga e consolidada no continente europeu.

Sobre curso de manipulador de alimentos, PC assegurou que todos os funcionários estão em dia e PS informou que os funcionários que trabalham nas lojas têm. Todavia os que trabalham na produção tem acompanhamento semanal da responsável técnica que é veterinária, por conseguinte, segundo PS, não necessitam do curso de manipulador de alimentos. Além disso, a cervejaria possui manual de boas práticas. A charcutaria não possui um manual, por entender que são suficientes os POPs (Procedimento Operacional Padrão) e PACs (Programas de Autocontrole) que possui.

Em relação aos fornecedores PC trabalha com basicamente dois, um para malte e outro para lúpulo. Relatando que por apenas existir um fornecedor no Brasil por muitos anos,

acabou se consolidando uma relação porque também sempre foram entregues produtos de qualidade. Em contrapartida, PS lida com diversos fornecedores e evidenciou que prioriza os localizados mais próximos da empresa para diminuir o impacto ambiental na fase do transporte (quadro 4). Contou ainda que é feita uma visita ao local para conhecer o trabalho do fornecedor mais de perto.

É possível observar no relato de PS que a preocupação do produtor artesanal começa muito antes de entregar um produto de qualidade ao cliente. Isto é evidenciado quando PS visita o local de produção dos seus fornecedores para conhecer as instalações e as ideologias de quem entrega suas matérias primas. Esse cuidado é o primeiro ponto importante para a produção de um produto final artesanal, com segurança alimentar e que satisfaz as expectativas dos clientes.

Quadro 4 - PS sobre fornecedores

PS: “Se tivesse um abatedouro dentro da ilha eu trabalharia com ele, desde que tenha um bom custo benefício para obter um produto final que seja viável para o consumidor”

Quando indagado acerca dos procedimentos realizados no momento em que as matérias primas chegam na empresa, PC detalhou que os produtos são apresentados com um laudo que é conferido junto com a nota. Alertou que principalmente se tratando do malte e do lúpulo, que podem se modificar de safra para safra, tem que observar os índices para adequar às receitas. O ácido alfa no lúpulo, que indica o amargor, e o poder diastático do malte, que é a potência que vai gerar de amido, são índices observados nessa conferência. Após a conferência estes produtos são depositados em sala reservada para armazenamento.

Da mesma forma, PS relatou que as matérias primas são inspecionadas no recebimento, verificando a temperatura, efetuando a inspeção visual e conferindo a nota. Após conversas com os fornecedores, atualmente os produtos chegam apenas com embalagem primária, que o envolve, para melhor garantia de higienização e diminuição de resíduos. Essa atitude, demonstra ideologias interessantes na charcutaria o cuidado com o meio ambiente e com a segurança alimentar dos seus produtos.

Um quesito que deve ser evidenciado é a questão do ponto crítico de controle, que os dois proprietários identificam nos processos de produção. PC esclareceu que a fermentação é

a fase mais delicada do processo, os cuidados começam desde o armazenamento e manipulação do fermento até a finalização da fermentação no tanque. A preocupação é que se o mosto entrar em contato com o oxigênio, fica exposto às bactérias que estão no ar. Caso isso ocorra, perde-se o controle sobre o mosto, não sendo possível controlar o que pode proliferar naquela cultura. E relacionado a esse controle, PC descreveu o que pensa sobre qualidade (quadro 5)

Quadro 5 - PC sobre qualidade do produto

PC: “Pra mim, a qualidade na cerveja é você conseguir produzir uma cerveja igual a outra, você tomar um gole e lembrar que aquela cerveja é tal cerveja”

Acerca das medidas tomadas para que essa etapa seja controlada, PC relatou que na antiga fábrica em Florianópolis tinha laboratório, onde eram feitas análises frequentes. Hoje em dia, como não é possível ter um laboratório devido ao espaço físico limitado, o principal cuidado é garantir sempre a compra de fermento novo. PS identificou que o ponto crítico na produção do salame é na etapa do processamento da carne. As medidas utilizadas para evitar qualquer tipo de contaminação iniciam-se na escolha de uma matéria prima de qualidade e no controle do tempo, para que a carne não fique exposta ao ambiente mais tempo que o necessário.

Outro ponto que se sobressaiu na entrevista, é o que cada proprietário pensa sobre artesanal. No momento que foram questionados sobre a qual tipo de categoria seus produtos pertencem, isto é, se eles os consideram artesanais, os dois confirmaram prontamente que sim e cada um salientou um argumento sobre o que seus produtos tem para que sejam definidos como artesanais (quadro 6 e 7).

Quadro 6 - PC sobre produto artesanal

PC: “Porque não utilizo subterfúgios químicos, muito menos aditivos. O processo natural da cerveja é respeitado. Costumo dizer que a cervejaria é tão artesanal que até os equipamentos foram feitos manualmente. ”

Quadro 7 -: PS sobre produto artesanal

PS: “Porque além de ser feito de forma manual tem-se o cuidado em cada etapa da

produção. Os lotes são de poucas quantidades e o único aditivo usado é o sal de cura tipo 2 nos salames. ”

PS explicou que o sal de cura é utilizado para garantir a segurança alimentar visto que o salame é um ambiente muito favorável para o crescimento de bactérias, entre elas o *clostridium botulinum*. Cerenser et al (2008) explicou que a toxina é comumente adquirida devido à ingestão de alimentos contaminados, tais como embutidos e conservas que não sofreram tratamento térmico adequado, ou foram armazenados em condições que permitiram a germinação dos esporos. A toxina produzida por essa bactéria pode acarretar diversos problemas sérios de saúde, podendo até chegar a morte. Portanto, observou-se a necessidade do uso do sal de cura estritamente nos salames.

Em relação ao uso de cepas específicas de leveduras, os estabelecimentos trabalham de formas diferentes. PC contou que compra os fermentos e relatou que no início era muito difícil o acesso a eles porque era importado da França e só eram vendidos em grandes quantidades. Então, ele tinha dois fermentos, um em uso e outro refrigerado. Na antiga fábrica da cervejaria em Florianópolis, havia um laboratório para que fossem feitas análises regularmente nesse fermento. Hoje em dia é possível comprar pequenas quantidades embaladas separadamente em alguns lugares no Brasil, o que facilita a manipulação do fermento e de pequenas produções. PS narrou que não utilizou nem utiliza cepas específicas, até por isso nas câmaras de cura e maturação os produtos são pendurados em armários de madeira, configurando assim um ambiente próprio de culturas de microorganismos.

Sobre o tempo e temperatura adequados no processo de fermentação e maturação. PC utiliza para a fabricação do chopp pilsen 3 dias de fermentação à 12°C e 15 dias de maturação à 0ª C. PS afirma que o salame de pato permanece de 7 a 15 dias fermentando em torno de 10º graus e 45 a 60 dias maturando à aproximadamente 15°C. Os dois estabelecimentos controlam temperatura através de termômetros, na cervejaria estão acoplados nos tonéis e na charcutaria estão nas câmaras, medindo a temperatura do ambiente, que são verificadas todos os dias no início e no fim do expediente para garantir que estejam na margem segura.

Quando questionado sobre análises microbiológicas nos produtos, PC contou que hoje em dia não são feitas mais porque já está estabilizada essa questão. No início a empresa contou com análises feitas por estudantes da UFSC que realizavam constantes visitas técnicas à fábrica. No caso da charcutaria, PS falou que a responsável técnica da empresa escolhe peças aleatórias dos lotes e gerencia essas análises que são feitas em laboratório.

4.3 Legislação

Em relação a legislação, os históricos dos proprietários são divergentes. PC afirmou que teve algumas dificuldades para manter seu projeto como pensou no início. Após uma denúncia ao Ministério Público devido a ruídos, quando os fiscais foram averiguar a empresa não tinha alvará de localização e nem alvará de isolamento acústico, pois o proprietário não sabia que era necessário. Houve desentendimento entre a Superintendência de Serviços Públicos (SUSP) e o Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF) na audiência, visto que há legislação (colocar o número) que proíbe a instalação de indústrias na área urbana de Florianópolis, porém quando a cervejaria se instalou em um bairro do norte da ilha, em 1999, a região ainda era considerada área rural. Então o proprietário ganhou por direito adquirido, mas o Ministério Público concedeu 30 dias para apresentar o alvará de localização, 30 dias para apresentar o projeto de isolamento acústico e mais 30 para executar as obras, em caso de não cumprimento do prazo seria aplicada multa de 5 mil reais por dia. O proprietário já vinha tentando solicitar o alvará por quase 1 ano. PC não aceitou o acordo, mas mesmo assim o pedido de alvará foi concluído.

Posteriormente, em 2011, fiscais da FATMA foram na fábrica com uma multa lavrada afirmando que a empresa estava localizada na bacia da Lagoa da Conceição. O órgão exigia liberação da água no solo com 98% de pureza. PC explicou que mais uma vez tentou se adequar às exigências dos órgãos de controle, mas ficou inviável pelo preço que as empresas cobraram. PC relatou que entrou com uma medida administrativa contra a FATMA, anexando a conta de água onde a Casan afirma entregar uma água com 95% de pureza. O processo ainda está ocorrendo, a empresa ganhou em 1ª instância, o perito foi fazer análise e foi favorável a cervejaria, que está parada há 8 anos aguardando a solução desse impasse devido aos entraves legais, a cervejaria operou como cigana, termo mencionado no tópico de cerveja artesanal, até 2017 quando começou a produzir em Barreiros com a cervejaria parceira atual.

Em contrapartida, PS não caracteriza a relação da sua empresa com os órgãos de controle como dificultosa. Porém relatou que foram necessárias longas conversas para apresentar seu projeto para os órgãos responsáveis. Como por exemplo, devido serem feitas, frequentemente, análises microbiológicas dos produtos atestando segurança alimentar ao consumidor, é possível a utilização dos armários de madeira.

Acerca da situação com a vigilância sanitária, PC afirmou que tudo ocorreu de forma

tranquila, que eles apenas fiscalizam a estrutura em si e se os cursos de manipulação de alimentos estão de acordo. As demais fiscalizações são feitas pelo MAPA. E PS falou que quem é responsável pela fiscalização na charcutaria é o SIM (Serviço de Inspeção Municipal) de acordo com a Lei Complementar nº 555/2016 que dispõe sobre a constituição do serviço de inspeção municipal de produtos de origem animal e institui esse serviço ao SIM (LEIS MUNICIPAIS, 2016).

Quando questionados sobre se conheciam a proposta do selo ARTE e se pensam que pode ser considerado um avanço para a produção artesanal no Brasil, os dois responderam positivamente. Porém PS demonstrou uma certa dúvida em como será a autonomia dos órgãos municipais para fiscalizar de acordo com o selo.

Na mesma linha das inspeções, PC afirmou que a cervejaria não possui selo por se referir direto ao MAPA e PS apresentou que a charcutaria tem o selo SIM. Complementou que a empresa tem chances de conseguir o SISBI (Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal), uma vez que recentemente foi aprovada sua fiscalização através do SIM em Florianópolis. Além disso, busca a certificação pelo selo ARTE, mas ainda não está regulamentado para produtos cárneos. No âmbito federal o MAPA realiza uma auditoria na empresa anualmente.

As duas empresas possuem responsáveis técnicos, a cervejaria conta com o próprio PC para essas questões e a charcutaria delega a responsabilidade a uma veterinária que assiste a empresa fisicamente uma vez por semana, mas auxilia diariamente por meios digitais.

4.4 Sustentabilidade

Sobre o processo artesanal ser mais sustentável em comparação com o processo de grandes indústrias, PC afirma que o artesanal é mais sustentável principalmente no sentido de resíduos. Exemplificou relatando que uma cervejaria artesanal gera resíduos orgânicos, entretanto grandes indústrias que utilizam conservantes e aditivos químicos tem que se preocupar mais como será esse descarte. PS ressaltou que a existência das indústrias não deve ser vista como algo ruim, pelo contrário, ele acredita que apenas produções artesanais não seriam suficientes para alimentar a todos como as grandes empresas fazem: produção rápida em grande quantidade e com preço baixo.

A resposta de PS não está diretamente relacionada à pergunta, todavia apontou para um resultado que pode ser aprofundado em futuras pesquisas. No seu comentário, é possível

observar novamente a situação da diferença do preço para com as grandes indústrias. Outra questão envolvida nessa resposta é se a produção artesanal seria capaz de alimentar toda a população levando qualidade, segurança alimentar e mantendo sua ideologia até chegar na mesa do consumidor.

Nesse ponto ambos os produtores pensam que é importante as empresas se importarem com questões sobre o meio ambiente. PC destina os resíduos corretamente e o bagaço de malte excedente da produção é encaminhado para produção de ração animal. PS enfatizou o cuidado com o tratamento de esgoto, com a água da chuva, cuidado e com o consumo de energia. Relatou ainda que a carne chega na empresa cortada, diminuindo assim a produção de resíduos como ossos e carcaças de animais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se propôs a investigar sobre a fermentação, em particular nos produtos fermentados cerveja e salame. A fermentação está presente na história da humanidade desde o início. Primeiramente ocorria de forma empírica, já que o ser humano não sabia explicar microbiologicamente seus processos, porém observava seus benefícios.

As produções eram caseiras, alimentavam as famílias da região e não eram utilizados controles das condições do ambiente para que aquele produto fermentasse. Conforme os estudos foram avançando e pôde-se aprender a controlar as condições favoráveis para garantir a qualidade do alimento fermentado e juntamente com a industrialização e a preocupação para alimentar a população, o que era empírico e caseiro se transformou em produtos oriundos de grandes indústrias. Isso não se limitou apenas aos produtos fermentados, todos os gêneros alimentícios, inclusive os hortifrúteis, passaram a ter seus processos acelerados e acrescidos de aditivos químicos. Esse foi o modo encontrado para alimentar a população com rapidez e baixo custo, o que funcionou - e funciona - até os dias de hoje.

No final do século XX, movimentos como o *Slow Food* e chefs renomados, salientando o uso de produtos naturais e artesanais, formaram uma certa base para que as pessoas começassem a questionar a origem e os processos que os alimentos passam até chegar nas suas mesas. Essa situação é contrária aos alimentos produzidos em grandes escalas e provoca no consumidor um entendimento diferente sobre a alimentação. Os consumidores, retomaram, de certa forma, às pequenas produções feitas manualmente pelos produtores, porém agora com todo o conhecimento de técnicas e processos.

A cerveja é um importante exemplo dessa mudança. Começou com pequenas produções artesanais e passou a ser produzida por grandes indústrias, o que gerou um produto barateado devido a produção acelerada por causa dos aditivos químicos. Influenciados pelos movimentos de retomar ao natural e buscando sabores mais complexos da bebida, cervejeiros recuperaram o artesanal empreendendo em pequenas empresas que tem como objetivo disseminar a valorização do processo que respeita o tempo do produto.

Da mesma forma, o salame vem consolidando seu lugar no mercado. Foi possível observar na pesquisa bibliográfica que a produção de embutidos está ligada em sua maioria aos pequenos produtores rurais que seguem a tradição das suas famílias que normalmente tem ascendência italiana ou alemã devido às colonizações do sul do Brasil. Todavia, o proprietário escolhido para a entrevista, vem de uma realidade diferente. Formado em engenharia

sanitária, transformou o hobby em negócio. Após muita leitura e testes, abriu seu estabelecimento como forma de levar seus conhecimentos para o consumidor final. E tanto para fins de comparação de realidade do produtor quanto para o produto em si, salame artesanal, não foi encontrado muitos trabalhos na área. Em sua maioria, os trabalhos tratam da perspectiva do produtor rural e de análises microbiológicas do salame para fins de verificação de microrganismos patogênicos. Esse dentre outros motivos, tornam esse trabalho relevante para a área de gastronomia, evidenciando a viabilidade de valorização da produção artesanal sob outra concepção.

Além disso, o conceito da valorização do produto artesanal foi tratado no trabalho e como resultado, por mais que o consumidor esteja buscando saúde e aproximação com o produtor, ainda está sendo construído o que ele entende por benefícios acerca daquele produto. Supõe-se que se os produtores manterem suas ideologias e persistirem nos seus projetos a cultura do artesanal irá se disseminar e conquistará seu lugar no mercado.

Um outro obstáculo, que também está em fases de transformação, são as legislações. Conforme relatado na história do proprietário da cervejaria, a relação foi dificultosa em certos momentos. E para o MAPA, não existe o termo “cerveja artesanal”, sendo um motivo para que não haja dados específicos sobre esse setor no Brasil. O reconhecimento do legislativo é essencial para fomentar o setor e auxiliar na sua valorização. Contudo, o salame artesanal está em uma situação mais vantajosa, com a aprovação do Selo Arte, produtores poderão comercializar seus produtos nacionalmente e ainda obter um reconhecimento maior sob aquele produto. Outrossim, o preço das taxas tributárias pagas pelas pequenas empresas são obstáculos para que elas lucrem no mercado.

A partir da pesquisa bibliográfica e da entrevista com os proprietários da cervejaria e da charcutaria foi possível cumprir o objetivo geral do trabalho que era compreender os procedimentos e técnicas utilizados na produção da cerveja e do salame em dois estabelecimentos pioneiros em Florianópolis. Além disso, buscar interpretar o motivo desses produtos artesanais estarem em alta na gastronomia brasileira e valorizar o processo de fermentação artesanal foram assuntos debatidos.

Por fim, essa pesquisa buscou apresentar que é possível servir produtos que reúnem respeito ao meio ambiente, ao produtor e ao consumidor final. Por mais que existam pequenas divergências no conceito de artesanal, até mesmo para os dois proprietários entrevistados, a ideologia dos alimentos e processos são relevantes. O consumidor que opta pelo artesanal, recebe um produto saudável, com segurança alimentar e que conta uma história.

6 REFERÊNCIAS

ABREU, Edeli Simioni de. *et al.* **Alimentação mundial: uma reflexão sobre a história.** Saude soc., São Paulo, v. 10, n. 2, p. 3-14, Dec. 2001.

APPCC, GUIA de elaboração do Plano. Rio de Janeiro: SENAC/DN, 2001. 314 p. (Qualidade e Segurança Alimentar). Projeto APPCC Mesa. Convênio CNC/CNI/SEBRAE/ANVISA.

BEBER, A. M. C.; MENASCHE, R. (2011). **Turismo rural e alimentação, identidade e patrimônio: um olhar sobre os Campos de Cima da Serra em tempos de nostalgia.** Revista de Economia Agrícola, 58(1), 87-99.

BIASI, Vanessa. **Produção de salame tipo italiano através de cura natural com extratos de aipo e acelga.** 2010. 141 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência e Tecnologia dos Alimentos, Centro de Ciências Rurais, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2010.

BRASIL. Lei nº 6871, Decreto Nº 9.902, de 8 de julho de 2019. Dispõe sobre a padronização, classificação, registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9902.htm#art2>. Acesso em 07 de out. 2019.

_____. Ministério do Turismo. Florianópolis: Passaporte turístico. Florianópolis: Letras Brasileiras, 2011, p. 5.

_____. Instrução Normativa Nº 22, DE 31 DE JULHO DE 2000. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Disponível em: <http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=2239>. Acesso em 15 nov. 2019.

BRITO, Lelis Maia; XAVIER, Ana Flávia. **Comportamento do Consumidor e o Mercado Informal de Produtos Artesanais.** In: 12º CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE VAREJO E CONSUMO: TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO VAREJO, 12. 2016, São Paulo. Artigo. São Paulo: Fgv-eaesp, 2016. p. 2 - 17. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ocs/index.php/clav/clav2016/paper/view/5700/1620>>. Acesso em: 24 out. 2019.

CERESER, Natacha Deboni. *et al.* **Botulismo de origem alimentar.** Ciência Rural, Santa Maria, v. 38, n. 1, fev. 2008.

CHARCUTARIA. 2015. Disponível em: <<https://charcutaria.org/aditivos-alimentares/sal-de-cura-o-que-e-e-quanto-usar/>>. Acesso em 06 de nov. 2019.

CERVEJAS DO MUNDO. **História da Cerveja** - Brasil - 4ª parte. Disponível em: <<http://www.cervejasdomundo.com/Brasil4.htm>>. Acesso em 11 de nov. 2019.

CINTRÃO, R. P. (2015). **Comida, vigilância sanitária e patrimônio cultural: conflitos entre políticas públicas.** RURIS-Revista do Centro de Estudos Rurais-UNICAMP, 8(2), 147-173.

CIROLINI, Andréia. *et al.* **Salame tipo italiano elaborado com culturas starters nativas.** Ciência e Tecnologia dos Alimentos, Campinas, p.171-179, maio 2010.

COUTINHO, Carlos Alberto Tavares. Cervesia. **A cerveja no Brasil de 1901 a 1950.** Disponível em: < <https://www.cervesia.com.br/artigos-tecnicos/cerveja/historia-da-cerveja/8-a-cerveja-no-brasil-de-1901-a-1950-seculo-xx.html>>. Acesso em 11 de nov.de 2019.

_____. Cervesia. **A cerveja no Brasil de 1951 a 1975.** Disponível em: < <https://www.cervesia.com.br/artigos-tecnicos/cerveja/historia-da-cerveja/9-a-cerveja-no-brasil-de-1951-a-1975-seculo-xx.html>> . Acesso em 11 de nov. 2019.

_____. Cervesia. **A cerveja no Brasil de 1976 a 2000.** Disponível em: <<https://www.cervesia.com.br/artigos-tecnicos/cerveja/historia-da-cerveja/10-a-cerveja-no-brasil-de-1976-a-2000-seculo-xx.html>>. Acesso em 11 de nov. 2019.

_____. Cervesia. **A cerveja no Brasil de 2001 a 2008.** Disponível em: <<https://www.cervesia.com.br/artigos-tecnicos/cerveja/historia-da-cerveja/11-a-cerveja-no-brasil-de-2001-a-2008-seculo-xxi.html>>. Acesso em 11 de nov. 2019.

CRUZ, Fabiana Thomé. **Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais:** um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima da Serra – RS. 2012. Tese (Doutorado) –Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. UFRGS, Porto Alegre, 2012.

_____; SCHNEIDER, Sérgio. **Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais.** Revista Brasileira de Agroecologia, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p.22-38, 26 jul. 2010. Quadrimestral.

FNEM, Fórum Nacional de Entidades Metropolitanas. Disponível em <<http://fnembrasil.org/regiao-metropolitana-de-florianopolis-sc/>>. Acesso em 31 de out. 2019.

FORMIGONI, Ivan. Dados da produção mundial de carne bovina e por país produtor. Farmnews, São Paulo, 28 jun. 2019. Disponível em: <<http://www.farmnews.com.br/mercado/pproducao-mundial-de-carne-bovina/>>. Acesso em: 06 nov. 2019.

FREITAS, Ernani Cesar; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.** 2 ed. Novo Hamburgo, RS: Editora Feevale, 2013.

GAZETA DO POVO. Tarumã, 07 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/micro-e-pequenas-empresas-do-brasil-sao-as-que-mais-pagam-impostos-no-mundo-8oleksytdzmc4lh6boqqeobzt/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

GIEHL ZANETTI von DENTZ, Berenice. Permanência e atualizações na produção de alimentos artesanais tradicionais: o sistema alimentar em movimento. 2018. 349 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Florianópolis, 2018.

GIL, Antônio Carlos, 1946. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

GUIVANT, Julia S. **Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip**. Ambiente & Sociedade, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 63-81, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/asoc/v6n2/a05v06n2.pdf>>. Acesso em: 27 mai. 2008.

IFSC. Histórico. Disponível em: <<https://www.ifsc.edu.br/web/campus-florianopolis-continente/historico>>. Acesso em 15 de nov. 2019

JUSBRASIL. Presidência da República. Decreto nº 9.918, de 18 de julho de 2019. Disponível em: <<https://presrepublica.jusbrasil.com.br/legislacao/734022619/decreto-9918-19>>. Acesso em 12 de nov. 2019.

KATZ, Sandor Ellix. **A arte da fermentação: explore os conceitos e processos essenciais da fermentação praticados ao redor do mundo**. São Paulo: Sesi-sp, 2014. 525 p. Selo Tapioca.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. 10. ed. Prentice Hall, 2000. 764 p.

LAGES, Mauricio Piatti. **A formação do consumo gourmet no Brasil: os casos dos cafés especiais e os corpos que os acompanham**. 2015. 184 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais, Sociologia, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

LEIS ESTADUAIS. 2016. Disponível em <<http://leisestaduais.com.br/sc/lei-ordinaria-n-16880-2016-santa-catarina-dispoe-sobre-a-criacao-da-rota-das-cervejas-de-santa-catarina-2018-01-10-versao-compilada>>. Acesso em 20 de out. 2019.

LEIS MUNICIPAIS. 2016. Disponível em: <<http://leismunicipa.is/grpud>>. Acesso em 12 nov. 2019.

_____. 2019. Disponível em <<http://leismunicipa.is/xhftd>>. Acesso em 20 de out. 2019.

LEVTECK. **Tipos de cerveja: Altbier**. Disponível em: <https://www.levteck.com.br/tipo_de_cerveja/altbier/>. Acesso em 15 de nov. 2019.

LUCENA, Roberto Francisco. **Selo Arte**. Porto Alegre, 2019. 18 slides. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/camaras-setoriais-tematicas/documentos/camaras-setoriais/caprinos-e-ovinos/2019/57a-ro/selo-arte-convertido.pdf/view>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

MAGRO, G. R; KLEIN, C. S. **Qualidade microbiológica de salames tipo colonial comercializados na cidade de Concórdia – SC: análise de Salmonella, coliformes totais e termotolerantes**. ISSN 0100-8862. Concórdia – SC. Dez/2006.

MAPA, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 2019. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/noticias/a-cada-dois-dias-uma-nova-cervejaria-abre-as-portas->

[no-brasil](#)>. Acesso em 10 de out. 2019.

MAPA, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 2017. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/politica-agricola/todas-publicacoes-de-politica-agricola/projecoes-do-agronegocio/projecoes-do-agronegocio-2017-a-2027-versao-preliminar-25-07-17.pdf/view>>. Acesso em 06 de nov. 2019.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MATOS, Ricardo Augusto Grasel. **Produção de cervejas artesanais, avaliação de aceitação e preferência, e panorama do mercado**. 2011. 78p. Trabalho de Conclusão de Curso/Relatório de Estágio do Curso de Graduação em Agronomia. Florianópolis, 2011.

MENDES, Iara Thais Dias. *et al.* **Análise de produção de carnes embutidas: salame**. Reeed: Engenharia, estudos e debates, São José do Rio Preto, v. 1. abr. 2017. Anual.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008. 207 p.

MÜLLER, Carlos Vitor; MARCUSSO, Eduardo Fernandes. **Mapa Informa: As cervejarias continuam a crescer**. 2018. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/pasta-publicacoes-DIPOV/as-cervejas-continuam-a-crescer-pdf.pdf/view>>. Acesso em 10 de out. 2019.

ROSA, Natasha Aguiar; AFONSO, Júlio Carlos. **A química da cerveja**. Química Nova na Escola, São Paulo, v. 37, n. 2, p.98-105, maio 2015. Trimestral.

OETTERER, Marília; REGITANO D'ARCE, Marisa Aparecida Bismara; SPOTO, Marta Helena Fillet. **Fundamentos de Ciência e Tecnologia de Alimentos**. Barueri -SP 2006, Editora Manole.

OURIQUES, H. R. **Turismo em Florianópolis: uma crítica à indústria pós-moderna**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1996. 150p.

SANTA CATARINA, Governo de. 2018. Disponível em: <<https://www.sc.gov.br/noticias/temas/turismo/santa-catarina-recebe-pela-11-vez-o-titulo-de-melhor-estado-do-brasil-para-viajar>>. Acesso em 15 de nov. 2019

SAWITZKI, Maristela Cortez. **Propriedades tecnológicas de lactobacillus plantarum isolado de salames artesanais e aplicado como cultivo iniciador em salame tipo milano**. 2007. 89 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciência dos Alimentos, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

SCHULZE, Eduardo. Charcutaria. Agosto de 2017. Disponível em: <<https://charcutaria.org/aditivos-alimentares/sal-de-cura-1-sal-de-cura-2-instacure1-instacure2/>>. Acesso em 06 de nov. 2019.

SILVA, Hiury Araújo; LEITE, Maria Alvim; PAULA, Arlete Rodrigues Vieira de. **Cerveja e Sociedade**. Contextos da Alimentação: Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade, São Paulo, v. 4, n. 2, p.85-91, mar. 2016.

TEIXEIRA, Edson Borba. **Qualidade microbiológica e padrões físico-químicos de salame colonial na região de Criciúma/SC**. 2013. 40 f. Monografia (Especialização) - Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2013.

TOLEDO, Geraldo Luciano. **O que é valor no contexto administrativo de marketing**. Bh1. 20 jun. 2018. Disponível em: <<http://www.bh1.com.br/administracao-de-marketing/o-que-e-valor-no-marketing/>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

RODRIGUES, Sabrina Páscoli. **O microorganismo no trabalho de Pasteur**: estudos sobre a fermentação e a putrefação. 98 f. Tese (Doutorado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

SANTOS, Sérgio de Paula. **Os primórdios da cerveja no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004. 56 p.

SINDICERV, Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja. 2007. Disponível em: <<https://www.sindicerv.com.br/historia-da-cerveja/>>. Acesso em 07 de out. 2019.

SOUSA, D. D. (2005). **Consumo de produtos lácteos informais, um perigo para a saúde pública**. Estudo dos fatores relacionados a esse consumo no município de Jacareí-SP (Tese de doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil).

SOUZA, M. C. M; MENASCHE, R.; CERDAN, C. (2011). **Produção e consumo de alimentos em mudança**: identidade cultural, tradição e modernidade. Revista de Economia Agrícola, 58(1), 7-9.

ORDÓÑEZ-PEREDA, J.A. *et al.* (2005). **Tecnologia de Alimentos** - Alimentos de Origem Animal. Vol. 2. Editora Artmed, São Paulo, 279p.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN, P. B. (2008). **Produção de alimentos tradicionais**: Contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, 4(1), 109-127.

**APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO PARA ESTABELECIMENTOS PIONEIROS NA
PRODUÇÃO ARTESANAL DE PRODUTOS FERMENTADOS EM
FLORIANÓPOLIS**

Proprietário

Nome:

Contato:

Localidade:

Você realiza outras funções na empresa além de gerenciar?

Empresa

Em qual ano a empresa começou no mercado?

Teve alguma motivação para abrir neste ano? Por quê?

() escolha própria () produto em alta no mercado

() outro. Qual?

Por que a empresa está situada na Ilha de Santa Catarina?

Existiam associações onde o produto da sua empresa se encaixava? () sim

() não

Se sim, você recorreu a elas? Por quê?

Você observa alguma dificuldade do consumidor final ter acesso ao seu produto?

() sim () não

Se sim, quais?

() localização da loja () valorização do produto

() preço do produto () divulgação da empresa

() outro. Qual?

Você considera essas dificuldades como solucionadas? Por quê?

Qual seu público alvo? Por que você acha que esse público é predominante?

Com quais produtos a empresa trabalha?

Onde é possível encontrar os produtos da sua empresa para compra?

Quais serviços a empresa oferece?

() venda de produtos próprios () cursos e workshops

() venda de produtos de outras empresas () consultorias

() eventos () outro. Qual?

Você consegue identificar concorrentes diretos? E indiretos?

Se sim, qual o diferencial entre a empresa e seus concorrentes?
Quais são suas perspectivas para o futuro da empresa?

Produção

Quantos funcionários trabalham na empresa? Quais suas funções?

Qual é o produto mais vendido? Quanto custa?

Quantas unidades desse produto são vendidas, em média, por mês?

até 50 até 100

de 100 a 500 outro. Quantas?

Como você aprendeu a fazer os produtos que são vendidos pela sua empresa?

família. Quem?

curso de formação. Onde?

outro. Qual?

Existe algum treinamento quando o funcionário é admitido na produção da empresa? sim não

Se sim, qual?

Os funcionários que trabalham na produção têm curso de manipulador de alimentos? sim não

A empresa possui manual de boas práticas? sim não em andamento

Com quais fornecedores vocês trabalham?

Por que esses foram escolhidos?

custo benefício facilidade na comunicação

facilidade na entrega fornecedor local

qualidade do produto outro. Qual?

Existe algum controle quando a matéria prima chega na empresa? Se sim, quais?

Qual a frequência de produção?

diária 2 a 3 vezes na semana

1 vez na semana outro. Qual?

Essa frequência varia? sim não

Por quê?

Quais são os processos na produção do seu produto?

Você observa algum ponto crítico na produção? sim não

Se sim. Quais? E quais medidas são tomadas para controlá-los?

Você considera seu produto artesanal? () sim () não

Por quê?

No início você utilizou cepas específicas? () sim () não

Se sim, quais? Por quê?

Se sim, atualmente ainda utiliza? Por quê?

Qual invólucro é utilizado no salame?

() colágeno () tripa seca

() tripa natural () outro. Qual?

Quantos dias de maturação é necessário para o produto estar pronto para a venda?

Existe controle de temperatura e/ou umidade? () sim () não

Se sim, como é feito?

São feitas análises microbiológicas nos produtos? () sim () não

Se sim, como são feitas?

Seu produto possui rótulo? () sim () não

Se sim, quais informações estão contidas nele?

() sobre a história da empresa () sobre o produtor

() sobre a origem da matéria prima () como consumir

() informações nutricionais () dicas de harmonização

() outro. Qual?

Você utiliza algum tipo de conservante no seu produto? () sim () não

Se sim, quais? E por quê?

Legislação

Você teve dificuldades em relação a legislação? () sim () não

Se sim, quais?

() dificuldade em conseguir informações () burocracia excessiva

() legislação voltada para grandes produtores () outro. Quais?

Como foram os trâmites para a normatização do produto junto à vigilância sanitária?

Você já recebeu alguma vez apoio de entidades ou instituições públicas para a sua produção?

() sim () não

Se sim, qual?

Você conhece a proposta do selo ARTE? () sim () não

Se sim, você acredita que seja um avanço para a produção artesanal no Brasil? Por que?

Você possui algum selo? () sim () não

Se sim, qual (is)?

() SIM () SIE

() SIF () SELO ARTE

() SISBI

Existe responsável técnico na empresa? () sim () não

Se sim, com qual frequência ele(a) faz visitas à empresa?

Sustentabilidade

Você acredita que o processo artesanal é mais sustentável do que o industrial? Por quê?

Você considera relevante as empresas terem cuidado com o meio ambiente? () sim () não

Se sim, quais medidas são tomadas na sua empresa?

() separação de resíduos () fornecedores locais

() bem estar dos animais () cuidados de higiene e manipulação

() outro. Qual?